

# VU Research Portal

## Impressions of European Integration

't Lam, P.A.

2012

### **document version**

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication in VU Research Portal](#)

### **citation for published version (APA)**

't Lam, P. A. (2012). *Impressions of European Integration: A comparative analysis of the impact of EU news in European newspapers on European audiences*. [PhD-Thesis – Research external, graduation internal, Vrije Universiteit Amsterdam]. BOXPress.

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

### **E-mail address:**

[vuresearchportal.ub@vu.nl](mailto:vuresearchportal.ub@vu.nl)

## Samenvatting

### Impressies van Europese Integratie

*Een vergelijkende analyse van de invloed van EU nieuws in Europese dagbladen op Europese publieksgroepen*

Deze dissertatie richt zich op de effecten van berichtgeving over de Europese Unie op het lezerspubliek in Europa. De studie haakt in op het vraagstuk van de veelbesproken kloof tussen 'Brussel' en de Europese burger en de mogelijke rol die de media kunnen spelen bij het verkleinen van deze kloof. Een van de kernproblemen van de Europese Unie is het toegenomen gebrek aan publieke betrokkenheid en waardering. Uit opinie-onderzoeken, verkiezingen en referenda blijkt dat de gemiddelde Europeaan zich steeds kritischer opstelt ten opzichte van het proces van Europese integratie. In een tijdperk waarin de omvang en invloed van de EU flink zijn toegenomen, lijken de burgers van de lidstaten juist af te haken. Daardoor beginnen het democratische draagvlak en de legitimiteit van de EU flinke slijtageplekken te vertonen. Geen wonder dat er naar oplossingen wordt gezocht om deze situatie te verbeteren.

Velen dichten de massamedia een belangrijke rol toe in het verstevigen van de banden tussen de EU en de Europese burgers. Media spelen immers een belangrijke rol in democratische samenlevingen door het aanbieden van informatie en het fungeren als platform voor debat en meningsvorming. Menigeen verwacht of hoopt dat de media die rol ook op Europees gebied kunnen vervullen. In de Europese wijk in Brussel kan men regelmatig de verzuchting horen: 'als de media wat meer aandacht aan de EU zouden besteden, zou er meer begrip ontstaan voor wat wij hier doen.' Brusselse correspondenten zouden hun bijdragen wat vaker en uitgebreider in hun kranten terug willen vinden. En ten slotte geven ook burgers stevast in opinie-onderzoek aan dat ze vooral via de media over de EU willen worden geïnformeerd. Er wordt klaarblijkelijk veel van de media verwacht, maar kunnen de media die verwachtingen waarmaken? Deze probleemsituatie vormt het uitgangspunt van dit onderzoek, waarin de effecten van de EU berichtgeving in Europese dagbladen centraal staan. Het onderzoek richt zich op de vraag in welke mate deze berichtgeving leidt tot meer publiek begrip (zowel cognitief als affectief) voor de EU.

Deze dissertatie beantwoordt deze kernvraag aan de hand van twee benaderingen met elk twee deelstudies. De eerste benadering neemt de hoeveelheid berichtgeving als uitgangspunt. Zowel tussen als binnen landen bestaan grote verschillen in de hoeveelheid EU nieuws die de diverse dagbladen aanbieden. Daarmee rijst de vraag of die kwantitatieve verschillen in berichtgeving ook leiden tot uiteenlopende effecten op de lezersgroepen. De twee deelonderzoeken binnen deze benadering beschrijven de effecten van aantallen EU nieuwsberichten op de ontwikkeling van de kennis resp. de waardering van Europese krantenlezers ten aanzien van de EU. Op deze wijze worden zowel cognitieve als affectieve invloeden van media-berichtgeving op het publieke klimaat onderzocht.

De tweede benadering gaat een stap verder met het centraal stellen van de door de dagbladen gekozen en beschreven issues en aspecten in het EU nieuws. Dagbladen in Europa schrijven niet alleen in verschillende volumes over de EU, maar selecteren ook uiteenlopende onderwerpen en thema's met betrekking tot de EU. De vraag is welke invloed het belichten van specifieke thema's heeft op de publieke opinie ten aanzien van de EU. De twee deelstudies binnen deze tweede benadering relateren deze EU issues aan de manier waarop lezers de EU definiëren en waarderen. Hiermee wordt vastgesteld wat de invloed van de pers

is op de publieke perceptie en beoordeling van de EU. Alle vier deelonderzoeken knopen aan bij theoretische concepten die het meest geëigend zijn voor de gehanteerde invalshoek. De gekozen opzet biedt ruimte aan zowel de kwantitatieve en kwalitatieve wijze van berichtgeving door Europese dagbladen als de cognitieve als affectieve respons van de kant van het Europese lezerspubliek. Bovendien omvatten beide benaderingen een deelstudie met een longitudinale opzet, en een deelstudie met een cross-sectionele invalshoek. Door deze comparatieve opzet kunnen de effecten van EU berichtgeving niet alleen door de jaren heen, maar ook tussen en binnen meerdere lidstaten geanalyseerd en geduid worden. Ieder deelonderzoek, ten slotte, kent een selectie van kwaliteitskranten en populaire dagbladen/tabloids om daarmee de belangrijkste segmenten van de pers en het lezerspubliek af te dekken. Door deze meerzijdige opzet, met ruimte voor ontwikkelingen in de tijd, met een internationale focus en met aandacht voor verschillende typen dagbladen en doelgroepen, kan de kernvraag vanuit verschillende perspectieven worden bestudeerd om te komen tot een zo evenwichtig en betrouwbaar mogelijke beantwoording. De deelonderzoeken worden voorafgegaan door een aantal verkennende hoofdstukken met aandacht voor de ontwikkeling van de EU, trends in publieke opinie, een schets van EU berichtgeving door Europese media en een overzicht van theorievorming en onderzoek binnen dit domein.

#### *Uitkomsten verkennende hoofdstukken*

De eerste hoofdstukken die vooruitlopen op de vier deelstudies bieden een oriëntatie op en verkenning van het onderzoeksdomein. Zij laten een beeld zien van de EU die de afgelopen twee decennia sterk is gegroeid, zowel in omvang (van 12 naar 27 lidstaten) als in invloed (van enkele kerndossiers naar een brede beleidsagenda). Tegenovergesteld aan deze ontwikkeling laat opinie-onderzoek zien dat de publieke steun voor de EU in diezelfde periode in het algemeen juist fors afgenomen is. Daarbij laten de cijfers grote verschillen per lidstaat zien. Verder tonen onderzoeken aan dat de gemiddelde Europese burger nauwelijks beschikt over parate EU kennis.

Het perslandschap in Europa kent grote nationale verschillen (wel of geen tabloids; regionale versus landelijke dagbladen, etc.). Er zijn geen aanwijzingen voor een grensoverstijgende Europese publieke sfeer. De nationale optiek en het nationale debat voeren overal de boventoon.

#### *Uitkomsten deelstudies*

De deelstudies in de eerste benadering (effecten van de hoeveelheid EU nieuws; hoofdstuk 6 en 7) laten zien dat de hoeveelheid EU nieuws zowel een kennis- als een appreciatie-effect veroorzaakt, al zijn de effecten relatief bescheiden.

In hoofdstuk 6 wordt het effect van de hoeveelheid nieuws op kennisniveaus vastgesteld. Dat effect is voor beide perssegmenten en hun lezersgroepen positief, al laat de hoger opgeleide lezer van kwaliteitskranten een relatief groter kenniseffect zien dan de lager opgeleide lezer van de populaire pers. Laatstgenoemde heeft wel de potentie om relatief meer kennis te verwerven, onder de voorwaarden dat zijn krant de hoeveelheid EU nieuws gaat verdubbelen en hijzelf twee keer zoveel EU nieuws gaat consumeren. Beide zaken liggen niet voor de hand. Al met al bevestigen de resultaten dat de hoeveelheid EU nieuws de kenniskloof tussen lezers van kwaliteitskranten en lezers van de populaire pers groter maakt.

In hoofdstuk 7 wordt de hoeveelheid nieuws in verband gebracht met de publieke waardering van de EU. De resultaten wijzen uit, dat meer EU nieuws onder lezers van de kwaliteitspers leidt tot een lichte toename van de appreciatie van de EU. Bij mensen die populaire kranten lezen is een wat groter, maar negatief effect gemeten. Ook in deze deelstudie laat het kwaliteitssegment dus een ander effect zien dan het populaire. Dit keer niet alleen in omvang, maar ook in richting. Het licht positieve effect op de kwaliteitskrant-lezer en het sterkere,

negatieve effect op de lezer van de populaire pers wijst er op dat de hoeveelheid EU nieuws ook bijdraagt aan een appreciatie-kloof.

Uit de conclusies van hoofdstuk 6 en 7 blijkt dat meer EU nieuws bij de lezer van de kwaliteitspers tot zowel meer kennis als (in lichte mate) meer waardering leidt, terwijl de lezer van de populaire pers door meer berichtgeving een lichte kennistoename laat zien, maar ook een sterkere negatieve houding ten aanzien van de EU.

In de tweede benadering (Issues in EU nieuws) tonen beide deelstudies (hoofdstuk 8 en 9) aan dat ook de keuze van onderwerpen en aspecten in het EU nieuws tot effecten leidt. Er vindt, ook weer op relatief bescheiden wijze) een ‘transfer of salience’ plaats.

Hoofdstuk 8 laat zien dat de beide perssegmenten (kwaliteit en populair) een groter accent leggen op negatieve *threat* issues groter in hun EU berichtgeving dan hun lezersgroepen wanneer deze aangeven met welke zaken zij de EU associëren. Daarbij zijn kwaliteitskranten minder negatief dan de populaire pers en definiëren de lezers van kwaliteitskranten de EU in meer positieve termen (*opportunities*) dan mensen die populaire kranten lezen dat doen. Het totaalbeeld wijst op een meer kritische, negatieve toonzetting bij de populaire pers en haar lezers, dan in het kwaliteitskamp. Deze uitkomst biedt een aanknopingspunt voor de verklaring waarom in hoofdstuk 7 de waardering van de lezers van de populaire pers zich negatief ontwikkelt en die van de kwaliteitslezer licht positief. De populaire dagbladen benadrukken namelijk relatief vaker de negatieve aspecten van Europese samenwerking. Hoofdstuk 9 haakt op de conclusies van hoofdstuk 8 in door te onderzoeken of de issue-selectie van dagbladen ook van invloed is op de algemene waardering van de EU onder het lezerspubliek. Daarbij wordt gekeken of een bredere selectie van issues over een langere periode ook tot eenduidige uitkomsten leidt. De eerste belangrijke uitkomst van deze deelstudie is dat door de jaren heen de selectie van positieve issues door dagbladen over de gehele linie flink is teruggelopen. Daarnaast laat de analyse zien dat positieve issues de houding ten opzichte van de EU versterken en dat negatieve issues juist leiden tot minder publieke steun voor de EU, waarbij respondenten met een opleiding op midden-niveau juist het meest gevoelig blijken voor negatieve issue-keuzes.

### *Conclusie*

Op grond van de verkennende hoofdstukken en de vier deelstudies rijst het beeld op van een Europees landschap waarbinnen de EU de afgelopen 20 jaar ambitieuze en ingrijpende plannen voor verdere integratie heeft ontvouwd en geïmplementeerd. De Europese burgers hebben deze ontwikkeling beantwoord met toenemende scepsis, angsten en afwijzing. Daarbij hebben de media de hoeveelheid EU nieuws geleidelijk opgevoerd, waarbij de keuze van positieve EU thema’s beduidend is teruggelopen. Binnen deze context laten de vier deelstudies zien dat media-berichtgeving daadwerkelijk cognitieve en affectieve effecten genereert.

De centrale probleemstelling stelt de vraag in hoeverre aandacht voor de EU in de pers bijdraagt aan meer begrip voor de EU onder Europese burgers. Het omvattende antwoord luidt dat de berichtgeving over het algemeen bijdraagt aan een toename van kennis over de EU, maar ook tot een afname van publieke steun. De in de deelstudies toegepaste indeling in kwaliteitspers en populaire kranten werpt een nader licht op deze algemene uitkomst. De kwaliteitsdagbladen, met een klein marktaandeel in alle lidstaten, besteden relatief veel aandacht aan de EU en berichten over een brede waaier aan EU issues. Hun lezers worden door deze kranten positief beïnvloed, zowel op kennisniveau (relatief hoog) als op affectief niveau (bescheiden toename). De populaire bladen en de tabloids, met een dominante positie in iedere nationale krantenmarkt, besteden relatief weinig aandacht aan de EU met een licht negatievere benadering van de EU dan de kwaliteitspers. Hun lezers laten een bescheiden kenniswinst zien onder invloed van EU berichtgeving, maar tonen zich, meer dan de lezers

van de kwaliteitspers, vooral beïnvloedbaar op affectief niveau en dan in negatieve richting. Gezien de omvangrijke lezersmarkt van de populaire pers, de relatief sterke, negatieve beïnvloeding van lezers van de populaire pers op affectief niveau en de algemene afname van positieve issues in EU berichtgeving, kan worden gesteld dat media-effecten op affectief gebied overwegend negatief zijn.

Al met al bevestigt deze studie het bestaan van de eerder beschreven kloof tussen 'Brussel' en de Europese burgers. Deze kloof is in de onderzoeksperiode van deze studie groter geworden. De berichtgeving in de pers draagt bij aan de verdere vergroting van deze kloof, niet zozeer op kennisgebied, als wel op het gebied van algemene steun voor Europese integratie.